



19-20 de octubre de 2017
España

Comunicación oral

Organizado por **uc3m**

Principios rectores de la comunicación de crisis en el ámbito sanitario

Roberto Rodríguez Andrés

Profesor Asociado Universidad Pontificia Comillas

Objetivo

- Hacer una **revisión teórico-práctica** de la situación actual de la comunicación de crisis sanitarias, destacando **buenas prácticas** y tratando de extraer enseñanzas de los **errores** cometidos, todo ello con el fin de realizar una **propuesta de principios rectores** para la correcta gestión comunicativa de estas crisis.

Metodología

- Revisión bibliográfica de literatura científica especializada en crisis sanitarias.
- Revisión de casos de los últimos 20 años en base a artículos, Internet, redes sociales y opinión de expertos en la materia.

Implantes de
silicona
defectuosos

Hepatitis

Meningitis

Pollos Sada

Ébola

Gripe A

Vacas locas

Gripe Aviar

Vacunas infantiles

Alimentos adulterados

Colza

Aceite de orujo

Introducción

- Las crisis son consustanciales a las organizaciones sanitarias y nadie está libre de ellas.
- Afectan seriamente a su imagen (e incluso, a su supervivencia), por lo que su gestión (especialmente la gestión comunicativa) resulta decisiva.

La dificultad de gestionar crisis

- Sensibilidad social, está en juego la salud y la vida. El papel del miedo.... de la alerta a la alarma
- Presión mediática y social, urgencia, inmediatez, espectáculo... cuando muchas veces aún no tenemos respuestas
- El riesgo de guardar silencio y sus implicaciones éticas.

Principios rectores

- La comunicación es fundamental para gestionar una crisis... pero no es lo único que salva una crisis.
- Es vital anticiparse a las crisis, estar preparados.
 - Previsibilidad e imprevisibilidad de las crisis
 - Análisis de riesgos: ponerse siempre en lo peor (escenarios)
 - Determinar Comité de Crisis
 - Elaborar Plan de Comunicación de Crisis

Principios rectores

- Es mejor la transparencia que el silencio o la negación.
- Llevar siempre la iniciativa: si no hablas tú, hablarán los demás.
- No pecar de optimismo ni minimizar el problema, sobre todo cuando aún no se sabe su origen o su posible peligrosidad.

Principios rectores

- La importancia de cuidar las cuestiones formales y la ejemplaridad.
- No mentir nunca ni caer en contradicciones (unidad del mensaje)
- Proponer soluciones, no repartir culpas
- Buscar aliados externos que refuercen tu mensaje

Principios rectores

- Saber pedir perdón como acto comunicativo
- Combatir los rumores y especulaciones
- Comunicar por todas las vías y para todos los públicos

Conclusiones

- Las crisis sanitarias que se han producido en nuestro país permiten sacar más enseñanzas de errores cometidos que de buenas prácticas.
- Se necesita **seguir profesionalizando la planificación comunicativa de estas crisis**, especialmente en las administraciones públicas, que han desarrollado este aspecto con menor nivel de intensidad que las organizaciones privadas.